

Katajanokan terminaalin kehitystarpeiden kartoittaminen matkustajien näkökulman avulla

Karin Gustafsson

Tekijä Karin Gustafsson	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Katajanokan terminaalien kehitystarpeiden kartoittaminen matkustajien näkökulman avulla	Sivu- ja liitesivumäärä 27+1
<p>Palveluiden kehittäminen asiakkaan toiveet ja tarpeet mukaan ottaen on tärkeä osa laadukkaan yrityksen toimintaa. Asiakaslähtöisellä kehittämistyöllä yritys voi vaikuttaa omaan imagoonsa, ja varmistaa samalla, että asiakkaat ovat jatkossakin tyytyväisiä yrityksen palveluihin ja tuotteisiin. Laadun ja asiakastyytyväisyyden ylläpito ovat tärkeitä kehittämistyön perusteita.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten Katajanokan laivaterminaalit ja siihen liittyviä palveluita ja niiden laatua voitaisiin kehittää asiakaspalautteen ja siitä saadun tiedon perusteella. Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Helsingin Satama Oy:lle.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä tarkastellaan laadun ja asiakastyytyväisyyden käsitteitä. Laatu on itsessään moniulotteinen käsite, jota voi olla vaikea määrittää. Yksinkertaisuudessaan laadulla tarkoitetaan aineellista tai aineetonta käsitettä siitä, millä tavalla tuotteen tai palvelun ominaisuudet täyttävät vaatimukset. Asiakastyytyväisyys on miellyttävä täyttymyksen kokemus, joka syntyy, kun asiakas tuntee, että kuluttaminen vastaa hänen tarpeitaan, halujaan ja tavoitteitaan</p> <p>Tämän opinnäytetyö on tutkimustyyppinen ja tehdyn tutkimuksen menetelmätapana on käytetty laadullista eli kvalitatiivista tapaa. Tutkimuksessa käytettiin puolistrukturoitua haastattelua, jonka tutkimuskohteena olivat Katajanokan terminaalien matkustajat. Haastatteluja tehtiin 11 ja ne toteutettiin Katajanokan terminaalissa. Haastattelun teemoina olivat terminaalien palvelut, opasteet ja yleisilme sekä viihtyvyys. Tämä opinnäytetyö toteutettiin syksyn 2017 aikana.</p> <p>Tutkimustuloksista nousi selkeästi esille Katajanokan terminaalien vanha rakennus, joka edelleen kaipaisi remonttia ja kasvojen kohotusta. Isoimpana ongelmana nousi esille istumapaikkojen vähyys. Pääasiassa matkustajat olivat kuitenkin tyytyväisiä terminaalien kokonaisuudessaan.</p>	
Asiasanat Laatu, asiakastyytyväisyys, asiakaspalaute	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn tavoitteet	1
1.2	Aiheen rajaus	2
2	Laatu	3
2.1	Palvelun laatu	3
2.2	Laadun hallinta	4
2.3	Yrityksen laatu	6
3	Asiakastyytyväisyys	8
3.1	Asiakastyytyväisyyden määrittäminen	8
3.2	Asiakaspalaute	9
4	Tutkimuksen esittely	12
4.1	Helsingin Satama Oy	12
4.2	Helsingin sataman odotukset	14
4.3	Tutkimusmenetelmän valinta	14
4.4	Haastateltavien valinta	15
4.5	Tutkimuksen toteutus	16
5	Tutkimuksen tulokset	17
5.1	Haastatteluiden analysointi	17
5.2	Lopulliset tulokset	19
6	Pohdinta	22
6.1	Johtopäätökset	22
6.2	Tutkimuksen luotettavuus	22
6.3	Kehitysehdotukset	23
6.4	Oma oppimisen arviointi	24
	Lähteet	26
	Liitteet	28
	Liite 1. Haastattelupohja	28

1 Johdanto

Asiakaspalaute ja asiakastyytyväisyys ovat aina olleet keskeisessä asemassa puhuttaessa mistä tahansa yrityksestä, jolla on halu kehittyä ja olla laadukas. Kuluttajien etsiessä tietoa yrityksestä, esimerkiksi ostopäätösten tai muiden valintojen yhteydessä, he usein hakevat tietoa myös yrityksen asiakaspalautteista. Hyvät palautteet voivat ohjata kuluttajaa valitsemaan tai vahvistamaan vielä keskeneräisen valinnan, tai päinvastaisesti huonot palautteet ohjata kuluttajan täysin toiseen suuntaan, eli ei valitsemaan yritystä. Asiakaspalautteella ja asiakkaiden tyytyväisyydellä on suora linkki yrityksen imagoon ja siihen, pidetäänkö yritystä ja sen palveluita laadukkaina. Nykypäivänä alalla kuin alalla kilpailu on kovaa, ja nämä asiat nousevatkin parhaimmillaan yrityksen kilpailueduiksi ja huonoimmillaan asettavat yrityksen huonoon asemaan muiden kilpailijoiden rinnalla.

Opinnäytetyöni käsittelee asiakaspalautteiden perusteella todennettuja kehitystarpeita, ja tämä työ on tehty Helsingin Satama Oy:lle toimeksiantona. Helsingin Satama Oy eli Port of Helsinki operoi kaikkia Helsingin matkustajasatamia ja -terminaaleja, ja hoitaa niiden ylläpitoa. Kehitystarpeiden kohteena on Katajanokan terminaali, joka on jo 1970-luvulta asti toiminut matkustajaterminaalina Katajanokalla, Helsingissä.

Opinnäytetyö voidaan jakaa karkeasti kahteen osaan. Ensimmäinen osa on tietoperustaksi kutsuttu osa, jossa tutustutaan aiheeseen tieteellisen näkökulman kautta avaten kaikki tarvittavat käsitteet. Tässä työssä tietoperustana tutkin asiakastyytyväisyyttä ja laadua. Tutustun näihin käsitteisiin syvemmin ja johdan niistä myös alakäsitteitä liittyen aiheeseen. Työni empiirinen eli tutkimusosa käsittelee toteuttamaani tutkimusta, sen kuvausta, tutkimustuloksia ja niiden analysointia. Tutkimuksen ja sen analysoinnin pohjalta esitän kehitysehdotuksia. Lopuksi arvioin tutkimuksen luotettavuutta, sekä omaa oppimistani.

1.1 Työn tavoitteet

Työni päätavoitteena ja samalla tutkimusongelmana on mitä asioita voitaisiin kehittää liittyen Katajanokan terminaaliin matkustajalähtöisestä näkökulmasta. Tutkimuksen tavoitteena on tunnistaa asiakkaiden toiveet, ja mielipiteet matkustajaterminaalihin liittyen ja erityisesti kehityskohteena olevaan Katajanokan terminaaliin liittyen.

Tutkimuskysymykset:

- Millaisia kokemuksia matkustajilla on Katajanokan terminaalista?
- Mitä mieltä matkustajat ovat Katajanokan terminaalista ja sen palveluista?
- Millaisia asioita matkustajat kaipaavat matkustajaterminaalissa?

1.2 Aiheen rajaus

Työni aihe on rajattu käsittelemään kaikista Helsingin Satama Oy:n terminaaleista Katajanokan terminaalia ja sen palveluita. Tutkimukseni kohteena ovat Katajanokan terminaalin kautta matkustavat asiakkaat. Tutkimukseni rajautuessa ainoastaan kyseisen terminaalin laivaliikenteeseen, eli liikenteeseen, joka suuntautuu Tallinnaan ja Tukholmaan, tutkimukseni ei käsittele kansainvälisen risteilyliikenteen matkustajien mielipiteitä, tai muihin lähi-kohteisiin matkustavia matkustajien mielipiteitä.

Tutkimukseni keskittyy pääosin asiakastyytyväisyyteen ja palvelun laatuun. Vaikka palveluihin ja niiden laatuun liittyy olennaisesti palveluprosessi ja sen käsittely, on se jätetty pois tämän aiheen käsittelyn yhteydessä. Katajanokan terminaalin palvelut koskevat tämän aiheen yhteydessä kaikkia muita terminaalissa tapahtuvia palveluita, eivätkä lähtöselvitystä ja lipuntarkastusta, joiden yhteydessä sen sijaan palveluprosessi olisi ollut tärkeä käsiteltävä aihe.

2 Laatu

Helsingin Sataman yhtenä kehittämisprosessin pohjana on asiakaslähtöisyys ja tämä opinnäytetyöni on osa sitä. Tässä luvussa tutustun laatuun käsitteenä, sillä osana opinnäytetyötäni on tarkoitus kartoittaa, kuinka laadukkaina asiakkaat pitävät Katajanokan terminaalien palveluita, ja mitä kehitettävää siellä on laadullisesti.

Laatu on monimutkainen käsite, josta on annettu monenlaisia määritelmiä. Määritelmien lisäksi laadun mittaamiseen on myös kehitetty erilaisia menetelmiä ja toimintatapoja, joiden avulla laadun määrittäminen voi olla helpompaa. Laatua voidaan mitata ja arvioida vasta, kun on ensin tunnistettu tavoitearvot sekä ulkoisten, että sisäisten asiakkaiden näkökulmasta sekä tunnistettu tärkeät ominaisuudet (Salminen 4.12.2014). Lecklin (2006, 18) toteaa, että laatu yleensä ymmärretään asiakkaan tarpeiden täyttämisenä mahdollisimman tehokkaasti ja kannattavasti. Hän myös nostaa esille faktan siitä, että asiakastyytyväisyys ei ole suora jatke laadulle, vain jopa päinvastoin. Vaikka asiakkaat olisivat tyytyväisiä tuotteeseen, ei se välttämättä tarkoita sitä, että toiminta olisi laadukasta. (Lecklin 2006, 18.) Reinboth (2008, 97) tukee Lecklinin väitteitä siitä, että asiakkaalla ja yrityksellä voi todella olla erilainen näkemys laadusta, ja hän viittaakin siihen, että syynä voi olla se, että asiakasta ja hänen tuntemuksiaan ei tunneta. Näistäkin syistä voidaan todeta, että laatu on monimutkainen käsite, jonka määrittämiseen ja mittaamiseen jokaisen yrityksen olisi syytä kiinnittää huomiota, jotta kehittyminen on mahdollista.

2.1 Palvelun laatu

Palvelun laatu määritellään useasti erinäisten teknisten seikkojen perusteella, vaikka usein kuitenkin palvelun laadun kokemisen pohjana voi olla hyvinkin erilaisia asioita. Laadun parantaminen mainitaan liian usein sisäiseksi tavoitteeksi määrittämättä selvästi, mitä palvelun laadulla tarkoitetaan. Kuten myös Grönroos (2010, 76) yksiselitteisesti toteaa; palvelun laatu on monimutkainen ilmiö. Hänen mukaansa palveluja ei ole olemassa ennen kuin ne kulutetaan. Myös Eräsalo (2011, 17) on samaa mieltä tästä ja toteaa palvelun laadun olevan haasteellista toteuttaa. Vaikeaa palvelun laadun tutkimisesta tekeekin juuri se verrattuna yleiseen laadun tutkimiseen, että palvelun laatu on useasti hyvin aineetonta kun taas laadusta puhuttaessa voidaan useasti ajatella sen olevan aineellista, kuten esimerkiksi jokin tuote. Eräsalo (2011, 12) toteaaakin, että oli palvelu minkäläistä tahansa, se yleensä on jonkinlaista toimintaa, mutta aineetonta sellaista. Palvelua kulutetaan itseasiassa samaan aikaan, kun sitä tuotetaan. Sekä Lecklin (2006, 18) ja Reinboth (2008, 102) ovat yhtä mieltä siitä, että palvelun laadun lähtökohta on se, että virheitä ei tehdä, tai ne ennaltaehkäistään kokonaan. Asiat tehdään oikein heti ja joka kerralla, ja tähän päästään

selkeillä toimintatavoilla ja hyvällä työhön perehdytyksellä, sekä asiakkaan palautteen huomioimisella jo palvelun aikana ja myös sen jälkeen.

Palvelua ja sen laatua tarkastellessa on hyvä ottaa huomioon, kuinka jokainen asiakas kokee palvelutapahtuman eri tavoin. Jollekin toiselle ihmiselle pitkät jonotusajat ovat täysin ymmärrettäviä ja toiselle eivät ollenkaan. Tähänkin vaikuttaa muun muassa se, että joillakin asiakkailla on kiire tai toisilla ei. (Eräsalo 2011, 12-13.)

Asiakastyytyväisyyden koostuessa asiakkaan toiveiden ja tarpeiden toteutumisesta on palvelun laatu keskeisessä osassa asiakastyytyväisyyttä. Grönroosin (2010, 99) mukaan asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja määrittäminen on mahdollista kuitenkin vasta silloin, kun on tiedossa, millaiseksi asiakkaat kokevat palvelun ominaisuuksien laadun. Vaikka yrityksen oma laadunhallinta ja sen parantaminen eivät tähtäisi korkeaan tai parannettuun asiakastyytyväisyyteen tai parempiin asiakaspalautteisiin, on selvää, että se tulee näkymään asiakastyytyväisyydessä. Myös Lecklin (2006, 17) toteaa, että asiakkaiden tarpeet ovat laatutoiminnan ensisijainen perusta. Reinboth (2008, 96) puolestaan tuo esille sen, että kuitenkin aina asiakastyytyväisyys ja laatu eivät kulje käsikädessä. Monesti tuotteen tai palvelun laatu jää helposti hinnan varjoon, joka halpuudellaan voi syrjäyttää laadun merkityksen täysin.

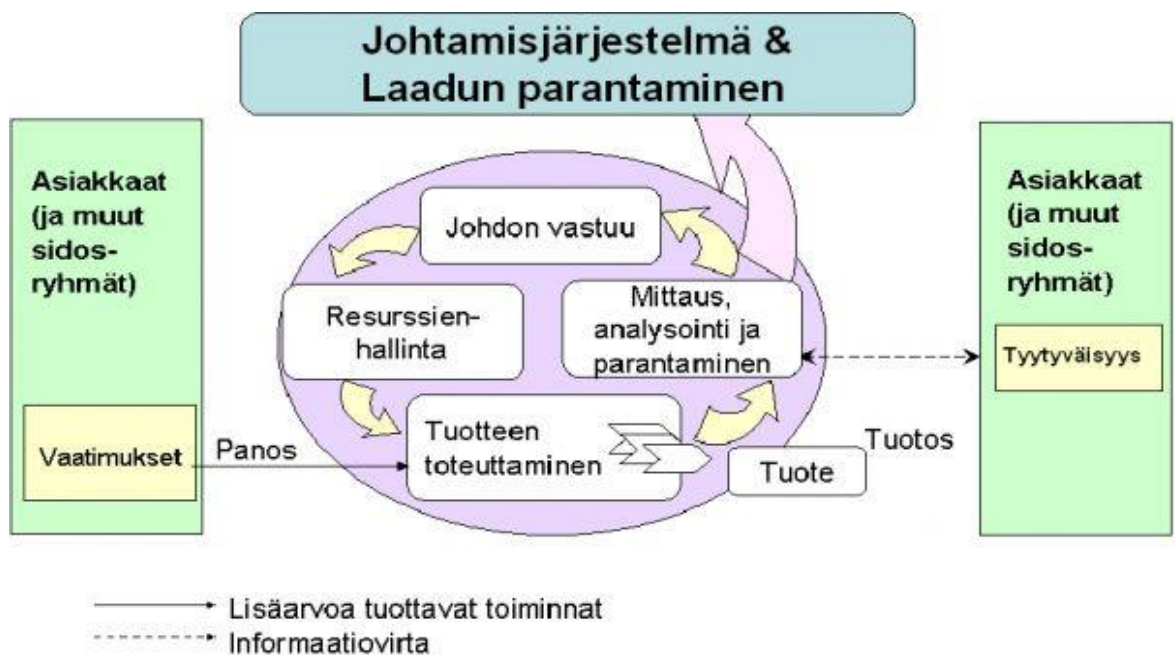
Palvelun laatu koostuu pienistä palasista ja sen parantaminen onnistuu pienten yksityiskohtien hiomisella. Asiakas halutaan tyytyväiseksi hinnalla millä hyvänsä ja tähän päästään juuri kiinnittämällä huomiota yksityiskohtiin. On tärkeää, että henkilöstön valintaan ja heidän kouluttamiseen käytetään paljon aikaa ja resursseja, jotta he voivat tuottaa laadukasta palvelua. Sen lisäksi työsuhteissa tähdätään pitkäaikaisiin sellaisiin, jotta laatuvaatimuksista pidetään kiinni. (Reinboth 2008, 52.) Eräsalon (2011, 18) mukaan palvelun laadun kohdalla asiakastyytyväisyydestä voidaan pitää kiinni, vaikka tuote ei itsessään pystyisi täyttämään laadukkaan tuotteen vaatimuksia. Tällaisissa tilanteissa esimerkiksi laadukas asiakaspalvelu sen rinnalla voi riittää siihen, että asiakas poistuu tilanteesta tyytyväisenä palvelun laatuun.

2.2 Laadun hallinta

Usein on ajateltu, että korkea laatu nostaa kustannuksia, mutta tämä ei perustu tosiasioihin. Sen sijaan yritysten olisi hyvä tiedostaa, että se on laadun puute, mikä loppujen lopuksi maksaa. Laadun puutteen korjaamiseen uppoutuu enemmän resursseja, kuin siihen, että laatua hallintaan ja pidetään tasaisesti yllä. (Grönroos 2010, 176.) Laadun hallintaa on harjoitettu jo kauan, ja edelläkävijämaat Yhdysvallat ja Englanti ovat käyttäneet eri-

laisia standardeja jo kauan ennen muita maita. Standardit syntyivät ratkaisemaan sitä ongelmaa, jossa laadun haluttiin pysyvän tasaisena. Asiakkailla on ollut tarve varmistaa tuotteiden laatu ja juuri tähän standardit toivat ratkaisun. Alun perin laatu standardit olivat vain ohjeita suorituksiin, mutta nykyään niissä painotetaan enemmän suorituskyvyn parantamista auttavia tekijöitä sekä sitä, että standardit ovat palvelemissa yritystä eikä päinvastoin. Kun laadulle sovitaan yhteiset vaatimukset ja niitä tarkastetaan ja valvotaan ulkopuoliselta taholta, voidaan resurssit käyttää muihin asioihin, kuten kehittämiseen. (Lecklin 2006, 308-309.)

Laadunhallintaa itsessään kuvataan ISO 9004-standardissa prosessina (Kuva 1.). Ideana on, että yrityksen täytyy tunnistaa ja johtaa itse toisiinsa liittyviä prosesseja, jotka liittyvät tuotteen toteuttamiseen, johtamiseen sekä jatkuvaan parantamiseen. Kuvassa nähdään ajatus siitä, että asiakas on prosessin alku- ja lopetusasemassa, eli voidaan sanoa, että asiakas määrittää prosessin tarpeet ja vaatimukset, ja prosessin jälkeen asiakastyytyväisyys on avainasemassa kehityksen ja parantamisen kannalta. Keskellä olevassa ympyrässä ilmennetään suunnitteluvaiheen jälkeistä osiota, jossa tuote tai palvelu toteutetaan prosessin hallinnan avulla. Suunnitteluvaihe sisältää johdon sitoutumisesta laadun hallintaan ja resurssien määrittelemisestä ja hallinnasta. Tämän jälkeen tuote tai palvelu mitataan ja analysoidaan ja nämä yhdessä muodostavat niin sanotusti tarkastusvaiheen. Tästä päästään asiakastyytyväisyyden mittaamiseen, eli loppuvaiheeseen. Tästä käynnistää jälleen uusi silmukka suunnittelulla. Tämän kuvion jokainen kohta täytyy olla yrityksellä kunnossa, jotta laadun parantamista voi tapahtua. (SFS ry 2017; Lecklin 2006, 311-313.)



Kuva 1. Laadun parantaminen. (ISO 9001, 2008)

Myös Reinboth (2008, 100-101) korostaa sitä, että laadun kehittämiseen ja asiakastyytyväisyyden takaamiseen päästään sillä, että edellä mainitut asiat (Kuva 1.) ovat yrityksellä hallinnassa. Työntekijöillä ja johdolla on iso rooli myös hänen mukaansa. Hän myös muistuttaa, että asiakastyytymättömyys täytyy erottaa virheestä, jotta oikeisiin asioihin voidaan kiinnittää huomiota laadun kannalta. Eräsalo (2011, 20) tuo myös esille, kuinka laadun hallinta on yrityksen sisällä kaikkien tehtävä. On kuitenkin tärkeää huomioida, että asiakasta lähinnä oleva palveluhenkilöstö saa yleisesti ottaen eniten suullista tietoa asiakkaalta, kuten palautetta ja toiveita sekä odotuksia. Jokaisen asiakaspalvelijan tulee kuunnella asiakasta näissä asioissa, ja vielä asiat eteenpäin esimiehillensä. Näin laatua pystytään yhdessä hallitsemaan asiakaspalvelijoista yrityksen johtoon asti.

Ajatellen laadunhallinnan kokonaiskuvaa yrityksen kannalta ja sen laajempaa merkitystä, voidaan laadun parantamisen prosessimallissa (Kuva 1.) nähdä, että asiakkaat voivat olla myös muita sidosryhmiä kuin niin sanotusti kuluttajat, jotka kuluttavat yrityksen tai organisaation tuotetta. Myös Lecklin (2006, 17) on samaa mieltä siitä, että asiakkaiden lisäksi koko laatukonsepti pitää sisällään myös muut sidosryhmät kuten yhteistyökumppanit, omistajat ja rahoittajat. Asiakkaiden ja näiden sidosryhmien vaatimuksien ja toiveiden perusteella yritys voi lähteä toteuttamaan laadun parantamista käyttäen osaamistaan ja resursseja, ja näin ollen tuottaen laadukkaan tuotoksen, joka lisää asiakastyytyväisyyttä muiden sidosryhmien tyytyväisyyden ohella.

2.3 Yrityksen laatu

Laatua pidetään usein yhtenä tärkeänä menestystekijänä. Voidaan sanoa, että yrityksen kilpailuetu riippuu pitkälti siitä, kuinka laadukkaita sen tarjoamat tuotteet ja palvelut ovat. Liian usein kuitenkin tuijotetaan liikaa vain teknisiin seikkoihin laatua tarkastellessa, vaikka on hyvin tärkeämpää tai jopa tärkeämpää huomioida myös hyvin johdetut ja hoidetut vuorovaikutustilanteet. Juuri ne tilanteet, joissa asiakas on vuorovaikutuksessa yrityksen toiminnan kanssa, ovat ensisijaisen tärkeitä laatukokemuksen kannalta. Sellaiset tilanteet voidaan katsoa yrityksille varsinaisiksi tilaisuuksiksi osoittaa asiakkaalle palveluidensa laatu. (Grönroos 2010, 110-111.)

Yrityksen laatuun voidaan ajatella ensimmäisenä vaikuttavan sen tarjoamat palvelut ja tuotteet. Kuitenkin yritys voi erottua laadukkaana myös toimiensa sekä imagon puolesta. Sekä Eräsalo (2011, 20) että Grönroos (2009, 102) tukevat tätä väitettä toteamalla yrityksen imagon olevan äärimmäisen tärkeä tekijä yrityksen laadun kokemisen kannalta. Yrityksen ollessa joustava ja nopealiikkeinen, se pystyy tuottamaan erinomaista ja suorituskykyistä liiketoimintaa, joka on laadultaan hyvää. Yrityksen täytyy osata tehdä henkilöstös-

tään toimiva ja tuottelias joukko, jossa on hyvät ja vähäiset johtajatasot ja näiden alla toimiva tiimi, joilla on yhteinen, laadukas päämäärä. Yrityksen asiakaskeskeisyys, sekä sidosryhmien huomioonottaminen päätöksenteossa nousevat myös avainsanoiksi laadukasta yritystä ajatellen (Lecklin 2006, 22.)

Yksinkertaisesti ajateltuna voitaisiin sanoa, että yrityksen toiminta on laadukasta, jos asiakas on tyytyväinen saamiinsa tuotteisiin (Lecklin 2006, 18.) Kuitenkin yrityksen laadun takana piilee isompia asioita. Grönroosin (2010, 101) mukaan asiakkaille on tärkeää, mitä he saavat ollessaan vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa, ja sillä on suuri merkitys, kun he arvioivat palvelun laatua. ISO 9000- sertifikaattia pidetään yleisesti laadukkaan yrityksen merkinä, sillä se antaa ymmärtää, että yritys on läpäissyt tasaisen laadun hallinnan ja tuottamisen edellytykset. Se ilmentää asiakkaille ja muille yrityksille sitä, että tämä yritys käyttää dokumentoitua järjestelmää ja myös toimii sen mukaisesti. On kuitenkin tärkeää muistaa, etenkin yrityksen näkökulmasta ajatellen, että pelkästään sertifikaatin tavoittelun ja saamisen eteen tehdyt toimenpiteet eivät riitä. Näiden toimenpiteiden täytyy jatkua sertifikaatin saamisen jälkeenkin, eli tarvitaan pidemmälle tähtääviä tavoitteita ja toimintamalleja. Sertifikaatti on todistus hyvästä laadusta yrityksen hyväksi, mutta pelkkä sertifikaatti ei takaa hyvää laatua kokonaisvaltaisesti. Toiminnan sertifikaatin saamisen jälkeen täytyy jatkua sertifikaatin antamien ohjeiden mukaan, jotta voidaan puhua laadukkaasta yrityksestä. (Lecklin 2006, 315.)

Vaikka yritysten laatuun liittyvää kehitystä tapahtuu koko ajan, kokonaisvaltainen laadunhallinta ei tule häviämään tulevaisuudessakaan. Menetelmien nimet ja eri keinot laadun hallitsemiseen tulevat muuttumaan ja kehittymään lisää, mutta edelleen laatu tulee pysymään yrityksen menestystekijänä. Sitä tullaan myös soveltamaan ja sisällyttämään entistä enemmän yrityksen muuhun toimintaan. (Lecklin 2006, 21.)

3 Asiakastyytyväisyys

Opinnäytetyöni käsittelee asiakaslähtöistä kehittämistarpeiden kartoittamista, jossa asiakaiden tyytyväisyys on keskeisessä osassa. Tässä luvussa käsittelen asiakastyytyväisyyttä käsitteenä, mitä sillä tarkoitetaan ja miten se voidaan määritellä.

Asiakastyytyväisyyden määritelmiä on valtaisa määrä, ja se voidaankin määritellä eri tavoin riippuen alasta ja siitä, mihin asiaan asiakastyytyväisyyttä halutaan saada. Grönroos (2009, 120) tuo esille kirjallisuudessa kiistellyn tilanteen siitä, onko palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden välillä eroa, vai ovatko ne sama asia. Jos eivät, koetaanko laatu ensin ja sitä seuraa asiakastyytyväisyys, vai toisin päin. Kuitenkin, jos asiakastyytyväisyydestä puhutaan käsitteenä, Oliver (1999, 33) kiteyttää hyvin asiakastyytyväisyyden yleisen määritelmän englanniksi, joka voidaan suomennettuna tiivistää; Asiakastyytyväisyys on miellyttävä täyttymyksen kokemus, joka syntyy, kun asiakas tuntee, että kuluttaminen vastaa hänen tarpeitaan, halujaan ja tavoitteitaan. Asiakastyytyväisyys kuultaa jokaisen asiakaspalautteen takana, koska palautteessa asiakas voi kertoa selkeästi mitä mieltä on, eli onko hän tyytyväinen vai tyytymätön. Esimerkiksi laadun kehittämisen kannalta asiakastyytyväisyys on ehdoton painopistealue (Lecklin 2006, 105.)

Voidaan sanoa, että menestyvän yrityksen kulmakivi on tyytyväiset asiakkaat. Tyytyväisyys palvelujen ja tuotteiden laatuun näyttää edistävän asiakkaiden halukkuutta jatkaa suhdetta tai tehdä uusintaostoja (Grönroos 2010, 177.) Loppujen lopuksi asiakas on se henkilö tai taho, joka arvioi yrityksen palveluiden ja palvelun laatua ja on niin sanotusti laadun loppuarvioija (Lecklin 2006, 105.) Tämän kaiken tärkeys korostuu siinä, kun yritys miettii, mihin asioihin he haluavat panostaa. Nykypäivänä on nähtävissä, että yritykset todella panostavat ja investoivat osaamistaan erityisesti asiakastyytyväisyyteen ja sen parantamiseen. Asiakastyytyväisyyteen pyrkiessään tärkeää on, että yritys pyrkii täyttämään tai ylittämään omat lupauksensa ja asiakkaiden odotukset. Asiakkailla on tietyt odotusarvot yrityksen tuotteista, joihin vaikuttavat esimerkiksi yrityksen kilpailevat toimijat, aiemmat kokemukset ja asiakkaiden tarpeet. (Đorđević, Maričić & Veljković 2012, 244.; Lecklin 2006, 91.)

3.1 Asiakastyytyväisyyden määrittäminen

Normaali asiakaspalaute antaa paljon tietoa asiakastyytyväisyydestä. Se kuitenkin täytyy osata kerätä ja analysoida, jotta se voidaan ottaa osaksi yrityksen laadun kehittämistä. Asiakastyytyväisyyden määrittämiseksi on hyvä kerätä erilaisia palautteita, jotta esimerkiksi perinteisten kaavakkeiden liian monet kysymykset eivät estä asiakkaan todellisten tunteiden kertomista heidän tilsistyessään. Perustietojen saamiseksi asiakastyytyväisyys

kannattaa selvittää monipuolisesti, jotta sitä voidaan käyttää toiminnankehittämisessä. On hyvä huomioida, että tuotteen ominaisuuksien lisäksi on selvitettävä asiakkaiden näkemys ja tyytyväisyys esimerkiksi asiakaspalveluun ja henkilökunnan ammattitaitoon. (Lecklin 2006, 106.)

Lecklin muistuttaa, että vaikka asiakastyytyväisyys olisikin määritetty ja sen olisi todettu olevan hyvä, se ei automaattisesti tarkoita, että nämä henkilöt haluavat jatkaa yrityksen asiakkaina. Heillä voi olla erilaisia syitä, kuten se, että he ovat kaikin puolin tyytyväisiä itse tuotteeseen tai palveluun ja niiden ominaisuuksiin, mutta hinta on esimerkiksi liian korkea. (Lecklin 2006, 106, 113.) Esimerkkinä tässä voidaan ajatella sitä, että luksus-tason hotelli on määrittänyt asiakastyytyväisyytensä ja saanut selville sen olevan hyvä. Kuitenkin on tiedossa, että sellaisia luksus-tason kuluttajia on suhteellisen vähän, jotka käyttäisivät luksus-tason palveluita koko ajan. Monesti ihmiset vain kuluttavat kerran tällaista tuotetta tai palvelua saadakseen pientä eroa normaaliin arkeen. Eli asiakkaat voivat olla tyytyväisiä ja tämä näkyy korkeana asiakastyytyväisyytenä, mutta sitä ei voida suoranaisesti katsoa ostouskollisuutena.

Asiakastyytyväisyyden määrittämisen apuna voidaan käyttää asiakkaan arvoja, jotka tulisi tunnistaa tätä varten. Asiakkaan arvokäsite on määritelty muun muassa näin: ”Asiakkaan arvo on hänen näkemyksensä siitä, mitä hän haluaa tapahtuvan sen seurauksena, että hän käyttää tietyssä tilanteessa tuotetta tai palvelua halutun tarkoituksen tai päämäärän saavuttamiseksi.” Arvojen ja tarpeiden selvittäminen voi kuitenkin olla vaikeaa ja kallista, joten yrityksen on tärkeä tunnistaa oma asiakassegmenttinsä ja valita heidän arvojen tunnistus kohteeksi. Useasti asiakastyytyväisyyskyselyissä saatetaan liiaksikin keskittyä tuotteen ominaisuuksiin, ja niiden arviointiin ja se on toki ehdottoman tärkeää. Siitäkin huolimatta tulosten syvällistä merkitystä ja niiden käytettävyyttä lisää, jos asiakkaan arvot on tunnistettu. Arvojen ja asiakastyytyväisyyden tutkiminen on luontevaa tehdä yhdessä. (Lecklin 2006, 84-85, 106.)

3.2 Asiakaspalaute

Asiakaspalaute on asiakkaan antamaa palautetta yritykseen, sen toimintaan ja tuotteisiin liittyvistä asioista. Asiakaspalautetta voidaan kerätä erilaisin keinoin, kuten suullisesti, valmiilla kaavakkeilla sekä sähköisillä järjestelmillä ja kyselyillä. Yksi perinteisimpiä ja yleisimpiä keinoja kerätä asiakaspalautetta on asiakastyytyväisyyskysely. Se annetaan asiakkaalle asiakastapahtuman päätteeksi, ja asiakas vastaa muutamiin väitteisiin rastittamalla omia tuntemuksiaan vastaavan numeron. (Reinboth 2008, 106.)

Asiakaspalautteen keräämiseen ja samalla asiakastyytyväisyyden mittaamiseen käytettävät menetelmät jaetaan kvantitatiivisiin ja kvalitatiivisiin menetelmiin. Kvantitatiiviset menetelmät, joissa haetaan asiakkaalta palautetta numeerisilla arvoilla ovat esimerkiksi palautelomakkeet ja puhelinkyselyt. Näissä voidaan myös käyttää apuna avoimia kysymyksiä, jotka voivat selkeyttää palautetta ja antaa myös syvällisempää, niin sanottua pehmeää tietoa numeerisesti tulosten rinnalle. Uusimpia ja trendikkäimpiä tapoja kerätä asiakaspalautetta on HappyOrNot-menetelmällä, joka on käytännössä fyysinen jalustallinen hymiölaite, jossa on neljä eri hymiötä kuvaamaan asiakkaan mielipidettä. Tämä laite on tavallisesti esimerkiksi oven läheisyydessä ja asiakkaiden poistuessa rakennuksesta se on nopea tapa kerätä yksinkertaista ja nopeasti saatavaa статистиikkaa siitä, olivatko ihmiset tyytyväisiä vai eivät. Kyseinen laite on helppo ja nopea ratkaisu asiakaspalvelun tason parantamiseen. (HappyOrNot 2017, Lecklin 2006, 107.)

Kvalitatiiviset menetelmät sen sijaan voivat olla esimerkiksi erilaiset ryhmäkeskustelut ja muut haastattelut. Näissä menetelmissä haetaan syvällisempää ja enemmän analysoitavaa antavia tuloksia numeerisesti tulosten sijaan. Näistä luotettavimpana menetelmänä voidaan pitää haastattelua, kunhan haastatteli on tehtävänsä perehdytetty ja hän on puolueeton, sekä varmistaa, että haastateltava ymmärtää kysymykset oikein. Lecklin tuo teoksessaan esille kvalitatiiviset menetelmät mitata asiakastyytyväisyyttä ja kuvaa niitä seuraavasti:

- **Kirjekyselyt** ovat luotettava, perinteisin markkinatutkimusmenetelmä, joskin hidas ja epävakaa vastausprosenttiltaan. Toimii paremmin sähköpostitse, jos kohderyhmä on tunnettu.
- **Puhelinkyselyt** ovat nopea, pikapalautteen kannalta paras menetelmä. Riskinä on huono tavoitettavuus, joka voi vaikuttaa otantaan ja tuloksiin.
- **Palautelomakkeet** ovat perinteinen ja edullinen asiakaspalvelupisteissä käytettävä menetelmä, joka antaa asiakkaiden välitöntä palautetta. Haittapuolena niiden suuri yleisyys, joka aiheuttaa täyttäjien olevan yleensä joko erityisen pettyneitä tai iloisia, ei siltä väliltä.
- **Haastattelut** ovat pääasiallisesti luotettavin menetelmä ihmisten antaessa kasvotusten rehellisimmät vastaukset. Haittapuolena on menetelmä kalleus.
- **Mitta-asteikot** ovat yleisesti 5-portaiseen asteikkoon pohjautuva menetelmä, jossa 1 tarkoittaa erittäin tyytymätöntä ja 5 tarkoittaa erittäin tyytyväistä. Tyytyväisyystulos muodostuu vastausten keskiarvosta. Haittapuolena voi olla tulosten tasapaksuisuus, koska asiakkailla on taipumus antaa arvosanaksi asteikon keskivaiheen 3.
- **Asiakaspaneelit** ovat pienen ryhmän keskustelut jostakin tuotteesta tai palvelusta ohjaajan johdolla, jossa keskustelun avulla on mahdollista saada monipuolista informaatiota. Sopii yleisesti tuotteen koemarkkinointivaiheeseen ja uuden tuotteen nopeaan palautteen keräämiseen.

(Lecklin 2006, 107-110)

Yritykset keräävät asiakaspalautetta, koska heitä kiinnostaa asiakkaan kokemus ja siitä seuraavat toimenpiteet, eli tuleeeko asiakas uudestaan ja suositteluko hän sitä eteenpäin. Jos nämä asiat eivät toteudu, yritykselle on hyvin tärkeää saada palaute ja tehdä mahdollisia muutoksia oman toimintansa parantamiseksi. Hyvä palaute on aina mukavaa luettavaa, mutta jopa tärkeämpää on saada huono palaute esille, jotta kehittämistä voidaan toteuttaa. Tärkeää on myös, että palautetoiminta esimerkiksi työssä on tavoitteellista, johdonmukaisesti etenevää, suunnitelmallista ja linkittyy saumattomasti työn muihin tärkeisiin asioihin, arvoihin, periaatteisiin ja strategioihin (Ranne 2014, 28.). Asiakaspalautteen keräyksen ja asiakastyytyväisyyden seurannan tulisi olla jatkuvaa. Myös keräystapojen monipuolisuutta kannattaa käyttää hyväksi, koska eri menetelmät voivat sopia eri asiakas-segmenteille. (Lecklin 2006, 112.)

4 Tutkimuksen esittely

Tässä luvussa esittelen tekemäni tutkimuksen, jonka olen toteuttanut toimeksiantona Helsingin Satama Oy:lle. Tuon esille tutkimukseen liittyvät valinnat, menetelmät ja niihin liittyvät perustelut. Tämän lisäksi esittelen toimeksiantajayrityksen Helsingin Satama Oy:n ja heidän esittämät odotukset ja toiveet tutkimuksen menetelmien ja aiheen suhteen.

Tutkimukseksi nimitetään monenlaista toimintaa: kartoitusten tekemistä, tietojen keräämistä ja luokittelua, tilastotietojen esityksiä, haastatteluaineistojen kuvauksia ja omien kokemusten kirjallista esittämistä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 21.)

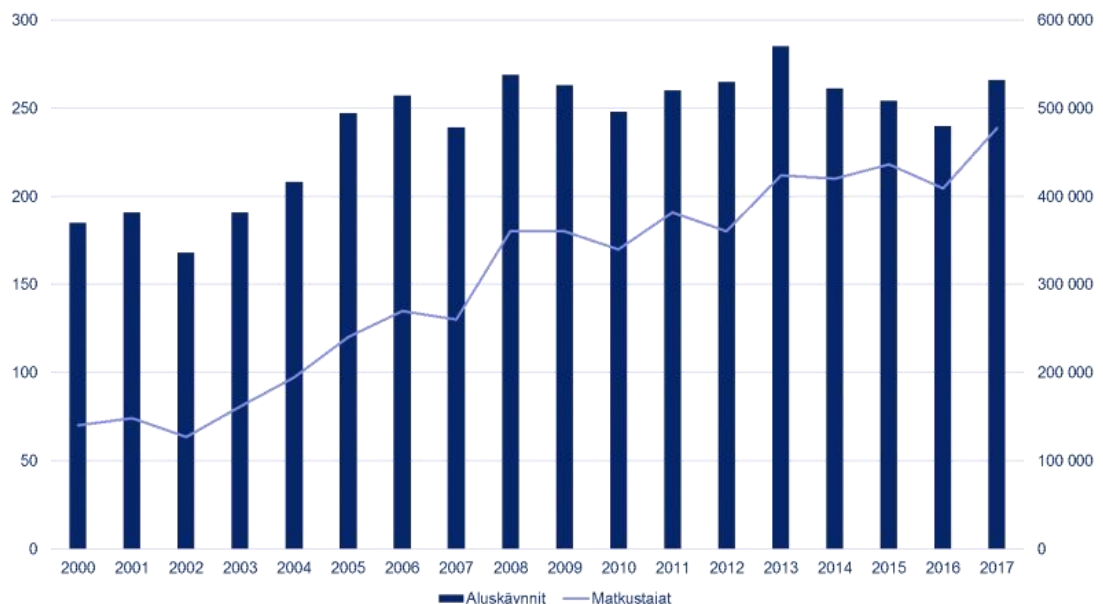
Tutkimusmenetelmät voidaan jakaa kahteen ryhmään, kvantitatiivisiin eli määrällisiin ja kvalitatiivisiin eli laadullisiin. Kvantitatiivinen tutkimus, eli määrällinen tutkimus mielletään yleisesti tilastolliseksi tutkimukseksi, jossa haetaan numeraalista aineistoa, joka voidaan tilastoida. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa eli laadullisessa tutkimuksessa sen sijaan halutaan saada syvällisempää ja tarkempaa aineistoa, jota voidaan analysoida eri tavoin, kuin numeraalista materiaalia. Siinä pyritään ymmärtämään tutkimuskohdetta itsessään, sekä heidän käyttäytymistään ja päätöksen tekoon vaikuttavia tekijöitä. Löytääkseen omaan tutkimukseen sopivan lähestymistavan, täytyy tutkijan tarkastella tutkimuksesta tutkimusongelmaa, joka määrittää paremmin sopivan vaihtoehdon. Laadullista tutkimusta käytetään perinteisesti silloin, kun tutkittavasta ilmiöstä ei ole riittävästi tietoa. (Heikkilä 2014, 14-16.; Kananen 2014, 16–19.)

4.1 Helsingin Satama Oy

Tein työni toimeksiantona Helsingin Satama Oy:lle. Helsingin Satama Oy on Helsingin kaupungin kokonaan omistama osakeyhtiö. Helsingin Satama Oy:n satamat jakaantuvat kolmeen osaan jotka ovat Jätkäsaaren Länsiterminaali 1 ja Länsiterminaali 2; Etelä-Sataman Olympia- ja Katajanokan terminaali, Makasiiniterminaali sekä Vuosaaren rahtiterminaali. Helsingin Satama Oy toimenkuvaan kuuluu terminaalirakennusten toiminnan ope-
rointi, ylläpito ja muut niihin liittyvät asiat. Tämä välillä on hämäävää, sillä tavallisen risteilymatkustajan silmissä terminaali-
ovat yhtä laivayhtiöiden kanssa, mutta totuus on se, että laivayhtiöt ovat vain vuokralla kyseissä terminaaleissa, joiden ylläpitoa Helsingin Satama Oy hoitaa. Helsingin Sataman markkinaosuus kaikista Suomen satamista on matkustajaliikenteen osalta 79% ja kappaletavaraliikenteestä 26%. (Malm 23.10.2017; Port of Helsinki, 2017.)

Helsingin Satama Oy ohjaa Helsingin Satamien ja terminaalien kautta kulkevaa matkustajaliikennettä. Yrityksen visiona on, että Helsinki pystyisi nousemaan Itämeren vetovoimaisimmaksi ja merkittävämmäksi risteilyliikenteen vaihto- ja matkustajasatamaksi. Helsingin Satama Oy:n tehtävänä on johtaa sekä kehittää satamiensa toimintaa yhdessä siellä toimivien palveluiden tuottajien kanssa, tarjota heille puitteet siihen, sekä tarjota myös tarvittavat palvelut tukemaan koko kokonaisuutta. Yrityksen tavoitteenaan on olla halutuin yhteistyökumppani sekä kaikkien satamien edelläkävijä Itämeren alueella. Helsingin Satama Oy:n palvelulupauksensa kiteytyy lauseeseen: ”Menestymme, kun asiakkaamme menestyvät”. (Malm 23.10.2017; Port of Helsinki, 2017.)

Helsingin satamien kansainvälisten risteilyalusten matkustajamäärä nousi tänä vuonna kaikkien aikojen ennätykseen lähemmäs 500 000 ulkomaisen matkustajan voimin. Viime vuonna kyseinen luku oli noin 400 000, joten suurta kasvua on nähtävissä. Alla olevassa kaaviossa (Kuva 2.) nähdään, kuinka matkustajamäärät ovat kasvaneet merkittävästi vuodesta 2000 tähän vuoteen. Tämän vuoden isoimmat kansainvälisten risteilyjen kansalaisuusryhmät olivat pohjoisamerikkalaiset, britit sekä kanadalaiset. Koko kesän 2017 aikana Helsingin Satamassa vieraili kansainvälisiä aluksia 266 kertaa, joka ei itsessään ole huippulukema, mutta kertoo alusten kokojen ja matkustajakapasiteettien kasvusta. Helsingin Satamalta ennustetaan myös, että ensi vuodesta 2018 tulisi vilkas risteilyvuosi, johon voi vaikuttaa ensi vuoden lopulla valmistuva uusi Hernesaaren risteilylaituri. (Port of Helsinki 19.10.2017)



Kuva 2. Helsingin sataman kansainvälisen risteilyliikenteen kehitys 2000-2017 (Port of Helsinki 19.10.2017)

Työni keskittyy kaikista Helsingin Sataman operoimista matkustajaterminalleista ainoastaan Katajanokan terminaliin. Katajanokan satama on perustettu vuonna 1878 Eteläsataman laajentuessa Katajanokalle, ja se on Helsingin toiseksi vanhin kaupunkisatama. Tätä ennen, vuoteen 1936 saakka siellä toimi lentosatama. Matkustajaterminalitoiminnot satamamakasiinissa aloitettiin vuonna 1976. Katajanokan satamasta on vilkkaat, päivittäiset laivaliikenneyhteydet Tallinnaan ja Tukholmaan. Lisäksi satama palvelee kansainvälistä risteilyliikennettä. Tällä hetkellä terminalia on uudistettu erityisesti ilmeen osalta. Muun muassa lähtöselvitys on saanut täysin uuden ilmeen, turhia seiniä kaadettu ja opasteita uusittu. (Malm 23.10.2017; Port of Helsinki, 2017.)

4.2 Helsingin sataman odotukset

Koska työni on tehty toimeksiantona Helsingin Satama Oy:lle, liittyy työhön luonnollisesti odotuksia yrityksen puolelta, jotka ohjaavat jonkun verran tutkimusta ja sen toteutusta. Katajanokan terminalia on jo uudistettu, ja nyt Helsingin Satama Oy haluaisi saada lisää tietoa asiakkaiden suunnalta, mikä toimii ja mikä ei. Myös jo toteutettujen uudistusten toimivuus on tällä listalla. Jo aivan aluksi oli selvää, että Katajanokan terminalin lähtöselvitykseen, lipuntarkastukseen ja muihin matkatoimistoihin liittyviin asioihin ei tässä tutkimuksessa kiinnitettäisi huomiota, koska nämä kaikki liittyvät terminalin vuokralaisiin, eli Viking Lineen ja muihin matkatoimistoihin.

Helsingin Satama Oy:n odotukset vaikuttivat suuresti siihen, minkälaisia asioita tutkimuksessa nostettaisiin esiin. Selvitettävien asioihin kuului fyysisen terminalirakennuksen toimivuus ja viihtyisyys, sekä palveluiden tarjonta ja toimivuus asiakkaiden näkökulmasta. Koko tutkimuksen ajatus oli tukea aiemmin saatuja asiakaspalautteita, sekä selvittää, miten uudistukset ovat toimineet asiakkaiden mielestä, ja mitä uutta parannettavaa löytyy. Toimeksiantaja myös halusi, että tutkimuksen pohjana oleviin asiakashaastatteluihin tulisi melko kattavat tiedot asiakkaan taustasta, jotta niitä voitaisiin myöhemmin käyttää asiakasryhmien tunnistamiseen. Helsingin Satama pyrkii toiminnallaan jatkuvaan asiakaslähtöiseen kehittämiseen, ja oma opinnäytetyöni pyrkiikin selvittämään, mitä kehitystarpeita Katajanokan terminalissa on asiakkaiden näkökulmasta. (Malm, 23.10.2017.)

4.3 Tutkimusmenetelmän valinta

Valitsin opinnäytetyöni tutkimuksen menetelmäksi laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen. Menetelmän valintaan vaikutti pääasiassa toimeksiantajani tarve saada muuta kuin tilastollista, numeraalista palautetta. Tutkimus toteutettiin haastattelututkimuksena, jossa Katajanokan terminalin matkustajia haastateltiin liittyen palveluihin ja fyysisiin ominaisuuksiin siellä. Haastattelun etuja ovat menetelmän luotettavuus ja mahdollisuus saada

syvällisempää tietoa henkilökohtaisesti käydyn keskustelun ansiosta (Lecklin 2006, 109.) Haastattelu on ainutlaatuinen tiedonkeruumenetelmä, koska siinä ollaan suorassa kontaktissa ja vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa. (Hirsjärvi ym. 2009, 204.)

Haastatteluun käytetään puolistrukturoitua haastattelumenetelmää, jossa on valmiit, avoimet haastattelukysymykset ja ei valmiita vastausvaihtoehtoja. Tämä mahdollistaa sen, että haastateltavat vastaavat kysymyksiin omin sanoin, sekä jopa pidemmin ja syvällisemmin, kuin valmiiden vastausvaihtojen kanssa. Puolistrukturoitua haastattelua voidaan myös kutsua teemahaastatteluksi, jolle on tyypillistä, että haastattelun aiheet ovat tiedossa, mutta kysymysten järjestys ja tarkka sanallinen muoto puuttuvat. Tämän tutkimuksen toteuttamiseen puolistrukturoitu haastattelu oli soveltuvin muoto, sillä siinä haastateltavat jakavat oman näkemyksensä ja kokemuksensa, jotka ovat keskeisessä osassa tätä tutkimusta. Tutkimukseen käytettiin apuna teemahaastattelun periaatetta valmiista teemoista. (Hirsjärvi ym. 2009, 208.)

Valintani haastattelumenetelmäksi oli puolistrukturoitu haastattelu, koska toimeksiantajani keskittyy asiakaslähtöiseen kehittämiseen ja näin ollen vapaasti kerrotut vastaukset antavat enemmän tietoa kehitystyötä varten, kuin valmiit vaihtoehdot. Tämä antaa asiakkaille mahdollisuuden kertoa omista tuntemuksistaan ja yritykselle mahdollisuuden kuulla asiakkaita paremmin ja toteuttaa mahdolliset kehitystarpeet.

4.4 Haastateltavien valinta

Tutkimukset haastateltaviksi valikoituivat jo heti alussa terminaalia käyttävät matkustajat, sillä sekä minun oma, että toimeksiantajan näkemys oli siinä yhtenevä. Pääasiallinen tarkoitus oli tukea tällä tutkimuksella Helsingin Satama Oy:n asiakaslähtöistä kehitystyötä, joten siinä mielessä terminaalin asiakkaat olivat luonnollinen valinta. Tavoitteena on haastatella eri ikäisiä matkustajia, jotta mahdollisimman monen ikäryhmän näkökulma tulisi ilmi. Tavoitteena on myös saada haastateltaviksi sekä terminaalia ensimmäistä kertaa käyttäviä, sekä useasti sen kautta matkustaneita.

Tavoitteena on haastatella 10-15 terminaalin matkustajaa. Koska haastattelutyypini oli puolistrukturoitu, eli useasti hiukan laajempi haastattelu, jossa on mahdollisuus pidempään keskusteluun haastattelijan ja haastateltavan välillä, valikoitu määräksi vain 10-15.

4.5 Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen perimmäinen lähtökohta oli selvittää, mitä mieltä matkustajat ovat Katajanokan terminaalista, jotta Helsingin Satama Oy voisi kehittää sitä ottaen myös matkustajien mielipiteet huomioon.

Tutkimus toteutettiin puolistrukturoituina haastatteluina Katajanokan terminaalissa. Haastattelut tehtiin ennen laivaan nousua, eli pääasiassa ennen ja jälkeen turvatarkastuksen olevissa odotustiloissa. Katajanokan terminaalista lähtee laivat sekä Tallinnaan ja Tukholmaan, joten molempien laivojen lähdoillä toteutettiin haastatteluja. Haastattelun teemoina olivat terminaalin opasteet ja näyttötaulut; palvelut kuten kioskki, ravintola, rahannostoautomaatti ja matkatavarasäilytys; sekä terminaalin yleisilme, viihtyvyys ja toimivuus. Näiden teemojen ympärille rakennettiin haastattelu, jossa oli valmiit kysymykset ja avoimet vastauskohdat, eli ei valmiita vastausvaihtoehtoja. Haastattelurunko hyväksyttiin ohjaajalla, sekä toimeksiantajalla ennen haastatteluiden aloittamista.

Tutkimuksen haastattelurungon pohjana toimivat toimeksiantajani Helsingin Satama Oy:n esille tuomat epäkohdat terminaalin suhteen, sekä jo kehitysurakan alla olleet asiat, joihin he kaipaivat palautetta. Haastattelun teemoista karsittiin pois kokonaan lähtöselvitykseen ja lipuntarkastukseen liittyvät asiat, koska ne liittyvät terminaalin vuokralaiseen eli Viking Lineen, eivät Helsingin Satama Oy:seen. Haastattelut toteutettiin vain suomeksi, koska näin oli sovittu etukäteen toimeksiantajan kanssa. Jos tutkimus olisi ollut laajempi ja siihen olisi käytetty enemmän aikaa, olisi haastattelut myös tehty englanniksi muualta kuin Suomesta kotoisin olevia matkustajia varten.

Haastatteluja tehtiin 11 ja ne etenivät nopeatempoisesti terminaalissa ollessa lähes täynnä matkustajia, joita haastatella. Yksittäinen haastattelu kesti 15-20 minuuttia. Yllätyin itse siitä, että erityisesti nuoremmat matkustajat eivät olleet kiinnostuneita olemaan haastateltavina, mutta sen sijaan iäkkäämmät matkustajat vastasivat haastattelupyyntöön myönteisesti lähes joka kerta. Kaikki haastattelut nauhoitettiin sanelukoneella, jotta haastattelutilanteessa haastateltavan ja haastattelijan välillä säilyisi normaali keskustelu ilman taukoja vastausten ylös kirjaamisesta johtuen. Tämän jälkeen haastattelut litteroitiin, eli tallennettu laadullinen aineisto kirjoitettiin puhtaaksi sanasta sanaa (Hirsjärvi ym 2009, 222.)

5 Tutkimuksen tulokset

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tulokset, jotka on perustettu haastatteluista saatuun aineistoon. Haastateltavista kaikki vastasivat saman haastattelurungon (Liite 1.) kysymyksiin. Tulosten esittämisen tukena käytän haastatteluaineistosta suoria lainauksia matkustajien vastauksista.

Tutkimusprosessin alkuvaiheen valinnat ohjaavat paljon sitä, miten aineistoa käsitellään ja tulkintaan. Tutkimusongelmat ohjaavat yleensä menetelmien ja analyysien valintaa, mutta näin ei kuitenkaan aina ole. Kerätyn aineiston analyysi ja sen tulkinta, sekä lopuksi näistä vedetyt johtopäätökset ovat tutkimuksen ydinasiat. Niihin tähdätään jo silloin, kun tutkimusta aloitetaan. (Hirsjärvi ym 2009, 221.)

Alun perin oli ideana haastatella terminaalissa kaiken ikäisiä matkustajia, jotta eri asiakasryhmien näkökulmat saataisiin selvitettyä. Kuitenkin haastatteluja tehdessäni kävi nopeasti ilmi, että nuoremmat ihmiset eivät olleet kiinnostuneet haastatteluista, ja heitä oli muutenkin paikalla vähemmän. Nuoremmat ihmiset saapuivat omien havaintojen mukaan hiukan ennen laivan lähtöä, eli heillä ei myöskään enää ollut aikaa vastata haastatteluun. Lopulta siis haastateltaviksi valikoitui pääasiassa 40-75-vuotiaita terminaalin matkustajia, joilla oli aikaa ja kiinnostusta vastata haastatteluun. Haastatteluiden tavoitemäärä täyttyi, kun 11 haastattelua toteutettiin.

5.1 Haastatteluiden analysointi

Haastatteluissa kävi ilmi, että lähes jokainen haastateltava piti Katajanokan terminaalina vanhana. Tämä oli tosin odotettavissa, ja juuri tämän huomion ja tosi asian takia tätä tutkimusta lähdettiin toteuttamaan.

Terminaalin opasteisiin (kysymys 1., Liite 1.) oltiin pääasiassa hyvin tyytyväisiä, mutta muutamia selkeitä epäkohtia opasteita löytyi:

” Olen huomannut, kun usein Tukholmaa matkustan, että täällä on jotenkin huonosti opastettu tuolla portaiden yläpäässä se, että mihin suuntaan menevät Tukholmaan lähtijät ja mihin ne, jotka ovat päivän viettäneet Helsingissä, eli palaavat takaisin laivaan. Siinä kohdassa vähintään joka kymmenes matkustaja ihmettelee ja kävelee väärään suuntaan, kunnes joku virkailija tulee heitä opastamaan, että teidän täytyykin mennä toista kautta laivaan.” Mies, 67.v

”Matkatoimistojen uusi paikka portaiden takana oli huono paikka. Emme meinanneet löytää matkapaikien pistettä, joiden kautta matkustamme tänään”. Nainen, 64.v.

”Olen täällä ensimmäistä kertaa, ja hissiä en löytänyt ilman kysymistä henkilökunnalta. Joten sen suhteen opasteet eivät olleet hirveän selkeitä.” Mies, 69.v.

Terminaalin palvelut, eli kioski, ravintolapalvelut, rahannostoautomaatti sekä matkatavarasäilytys (kysymys 2., Liite 1.) eivät olleet kovinkaan monelle haastateltavalle tuttuja. Heistä vain harva oli käyttänyt niitä, ja niistäkään kukaan ei ollut käyttänyt kaikkia palveluita. Yhteneväistä haastateltavien vastauksissa oli se, että lähes kaikkien mielestä Katajanokan terminaalissa on kaikki tarvittavat palvelut. Joitakin yksittäisiä huomioita palveluista ja niiden saatavuudesta nousi esille. Vain yksi haastateltava oli sitä mieltä, että palveluita voisi olla lisää:

"Minusta täällä voisi olla myös sellainen pieni tax free-myymlä, mikä on esimerkiksi Tallinnan terminaalissa. Jos tällainen olisi, niin ei tarvitsisi aina ostaa kaikkea makeisia ja muita laivalta." Mies, 68.v.

"Tarpeeksi iltapäivälehtiä myyntiin, jotta kaikille riittää. Erityisesti tänne turvatarkastuksen toiselle puolella tähän baariin, koska täällä ihmiset odottavat ja haluavat lukea lehtiä aikansa kuluksi." Mies, 69.v.

Terminaalin viihtyvyys ja yleisilme (kysymys 3., Liite 1.) jakoi mielipiteitä jonkun verran. Osa heistä oli sitä mieltä, että terminaaali kaipaisi uudistusta yleisilmeen ja viihtyisyyden saralla, osalle heistä taas terminaaali toimi sellaisenaan, kuin se nyt on. Yksittäisiä huomioita nousi myös esille toimivuudesta, että esimerkiksi terminaaliiin odotustiloihin kaivattaisiin lisää pistokerasioita puhelimenlatausta varten.

"Nämä odotustilan punaiset tuolit ovat kummalliset, eivät yhtään mukavat. Yleisesti ottaen täällä on myös liian vähän tuoleja, kun on paljon ihmisiä, niin osa joutuu seisomaan. Muutenkaan terminaaali ei ole kovin viihtyisän näköinen, tämä sementtilattia esimerkiksi on kauhea, lentoasemilla esimerkiksi näkee parkettia. Sen lisäksi täällä on aivan liian pitkät kävelymatkat meille vanhemmille ihmisille, verrattuna esimerkiksi tähän uuteen Länsiterminaaliiin, jossa kävelymatkat ovat todella lyhyet. En pidä tätä terminaaliiä viihtyisänä. Jos ajatellaan turistien näkökulmasta, niin minusta tämä ei anna hyvää kuvaa suomesta." Nainen, 64.v.

"Onhan tämä vanhan näköinen ja oloinen rakennus. Kunnon remontti olisi varmasti tarpeen. Huomasin, että puhelimen lataukseen oli vaikea löytää pistokkeita. Ja nekin olivat tuolla keskellä, jossa et voi istua vieressä vahtimassa. Niitä voisi ehkä olla enemmän, ja sijoitettuna penkkien läheisyyteen. Muuten kuitenkin tämä on toimiva terminaaali." Nainen, 21.v.

Osa haastateltavista oli kuitenkin jo huomannut terminaaliiin uudistuksia, erityisesti tuloaulassa:

"Minun mielestä se (yleisilme) on nyt raikastunut viime vuoden aikana, ja tästä tuloaulasta on tullut paljon valoisampi." Mies, 67.v.

Kysymykseen, jossa kysyttiin, minkälainen on haastateltavan mielestä toimiva matkustajaterminaaali (kysymys 4., Liite 1.), nousi monia eri ominaisuuksia, joita matkustajat arvostavat. Toimivaa matkustajaterminaaliiä kuvattiin mm. näin:

"Minusta sellainen, joka on lähellä kaupunkia, johon on hyvät kulkuyhteydet tai sinne voi jopa kävellä." Nainen, 54.v.

"Minusta sellainen on viihtyisä ja siellä on tarpeelliset palvelut. Täytyy olla tarpeeksi istumapaikkoja, koska jotkut ihmiset odottavat kauemmin ja tulevat aikaisemmin." Nainen, 64.v.

"Sellainen, mihin ei eksy eli selkeät opasteet." Nainen, 70.v.

Kysyttäessä, minkälaisia palveluita tai muita asioita matkustajat kaipaivat Katajanokan terminaaliin (kysymys 5. Liite 1.), kävi ilmi, että lähes kaikki olivat sitä mieltä, että mitään palveluita ei tarvita olemassa olevien lisäksi. Moni jopa suhtautui kielteisesti ja kovin ehdottomasti ajatukseen, että terminaaliin tulisi lisää palveluita:

" Ei missään nimessä lisää palveluita tänne, täällä odotetaan laivaa, eikä asioida asioilla. Parempi, että ihmiset eivät ole ihan humaltuneita, jos täällä olisi monta baaria esimerkiksi." Nainen, 54.v.

"Tänne ei mielestäni tarvitse mitään lisää, täällä on kaikki tarpeellinen." Nainen 70.v.

" Ilmettä voisi piristää hiukan ja istumapaikkoja enemmän samaan tyyliin kuin lentokentällä, eli penkkirivejä tiheästi. Ihmiset odottavat täällä kuitenkin pitkiä aikoja, joten on inhottavaa, jos jotkut joutuvat seistä jopa tunteja tai istua lattialla." Nainen 21.v.

Haastattelun viimeinen kysymys, jossa kysyttiin matkustajille mieluisinta tapaa antaa palautetta terminaalin palveluista (kysymys 6., Liite 1.) toi esille sen, että netin välityksellä annettavat palautteet toimisivat heille parhaiten. Myös se kävi ilmi, että vastaajista harva jättää palautetta, ja jos jättää, niin se on negatiivista. Yksi haastateltava toi esille myös, että terminaalissa voisi toimia HappyOrNot-palauttejärjestelmä, jota käsitellään tässä opin- näytetyössä luvussa 3, alaluvussa 3.2.

" No en minä juuri palautetta jätä, kaikki kyselyt ja muut jää yleensä täyttämättä. Nyt kun tällä lailla tulit ihan minulle juttelemaan ja kyselemään, niin sellaisiin voin ihan mielelläni vastata." Mies, 64.v.

" Varmasti netin kautta täytettävä olisi helpoin ja mieluisin, mutta harvemmin tulee annettua palautetta, jos se on hyvää, eli vain risuja tulee annettua, ei ruusuja." Nainen, 46.v.

" Netissä ehdottomasti jättäisin, jos jättäisin palautetta. Jos en jätä palautetta, niin homma toimii, eli jätän palautetta vain, jos joku asia on vikana. Täällä voisi myös ehkä toimia se sellainen seisova kapistus, jossa voi valita hymynaaman palvelun onnistumisen mukaan. Niitähän näkee nykyään kaikkialla, ja niihin on mukava nopeasti vastata." Nainen, 21.v.

5.2 Lopulliset tulokset

Tulosten tulkinnalla tarkoitetaan sitä, että tutkija pohtii analyysin tuloksia ja tekee niistä omia johtopäätöksiä (Hirsjärvi ym 2009, 229.) Tutkimus ei ole vielä silloin valmis, jos tulokset on analysoitu. Tulokset täytyy tulkinta ja selittää, jotta lukijan eteen ei jää vain erinäisiä jakaumia ja korrelaatioita. (Hirsjärvi ym. 2009, 229.)

Tämän haastattelututkimuksen tavoitteena oli saada mahdollisimman selkeää ja tarkkaa tietoa siitä, mitä asioita voitaisiin kehittää liittyen Katajanokan terminaaliin matkustajalähtöisestä näkökulmasta. Tutkimusongelmaan, eli mitä asioita voitaisiin kehittää liittyen Katajanokan terminaaliin matkustajalähtöisestä näkökulmasta, haluttiin saada vastaukset. Tämän lisäksi haluttiin saada myös tutkimuskysymyksiin, eli:

- Millaisia kokemuksia matkustajilla on Katajanokan terminaalista?
- Mitä mieltä matkustajat ovat Katajanokan terminaalista ja sen palveluista?
- Millaisia asioita matkustajat kaipaavat matkustajaterminaalissa?

haluttiin saada vastauksia tähän haastattelututkimukseen osallistuvilta matkustajilta. Pyrkimyksenä oli myös selvittää, minkälaisia asioita matkustajien mielestä voisi kehittää, ja miten. Kysymysten ollessa avoimia, mutta kuitenkin tiettyjä, ennalta laadittuja teemoja koskevia haastateltavilla oli mahdollisuus kuvailla vapaasti omia tuntemuksiaan ja mielipiteitään.

Jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa toimeksiantajan kanssa oli selvää, että mitä luultavimmin moni haastatteluihin vastanneista tulee olemaan Katajanokan terminaalin niin saottuja vakituksia kävijöitä, koska Viking Linella on paljon kanta-asiakkaita, jotka kulkevat luonnollisesti juuri kyseisen terminaalin kautta Viking Linen käyttäessä sitä. Tästä voidaan tehdä johtopäätös, että monet haastateltavat ovat aidosti kiinnostuneita ja halukkaita osallistumaan terminaalin kehitysideointiin, koska he käyttävät sitä ja sen palveluita useasti. Tämä vakituinen matkustajaryhmä, jolla on halua osallistua kehitysideointiin edesauttaa Helsingin Satama Oy:n periaatetta asiakaslähtöisestä kehittämisestä. Siihen liittyy myös haasteita, sillä vakituiset matkustajat luovat haasteita esimerkiksi siihen, että palvelun laatu on pyrittävä ja pystyttävä ylläpitämään.

Tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset. Haastatteluista saadun aineiston perusteella voidaan sanoa, että pääasiassa asiakastyytyväisyys Katajanokan terminaalin kohdalla on hyvä. Asiakkaiden kokemukset terminaalista olivat pääosin hyviä, mutta istuinpaikkojen vähyys heikensi monen kokemusta. Epäviihtyisäksikin koetun terminaalin sisällä vietetty aika ilman kunnollisia istumapaikkoja oli monen huolenaiheena ja omakohtaisen kokemuksen turmelijana. Näiden vastausten perusteella voidaan todeta, että terminaali todella kaippaa kunnostusta ja muutostöitä asiakkaiden viihtyvyyden nostamiseksi.

Tutkimuksessa kävi myös selkeästi ilmi, että terminaalin palveluilla ei ole niin monia käyttäjiä, kuin voisi kuvitella. Vain muutama haastateltava vastasi käyttäneensä palveluita. Suurimman osan ollessa tyytyväisiä palvelutarjontaan voidaan myös huomata, että se ei ole täysi totuus, koska osalla ei ollut mitään kokemusta palveluista. Kuitenkin heidän tyytyväisyyttään tukivat saman tyyllisillä mielipiteillä ne haastateltavat, jotka olivat palveluita käyttäneet. Voidaan myös todeta, että terminaalin ei kaivata lisää palveluita.

Opasteisiin liittyvistä vastauksista voidaan vetää johtopäätös, että toimeksiantaja voisi vielä miettiä niiden uudistamista tai korjaamista. Matkatoimistojen sijaintia haluttiin paremmin selville opasteisiin, sekä selvyyttä opasteisiin Tukholman lähdön päivän Helsingissä viettäneille, laivaan palaaville matkustajille ja uusille, lähteville matkustajille. Myös uusia pylväissä olevia opastarroja toivottiin siistittävän.

Pienillä laadun parannuksilla liittyen koko terminaalien ja sen palveluihin, Helsingin Satama Oy pystyisi vielä paremmin vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin, kun ne ovat nyt selvitetty tämän tutkimuksen avulla.

6 Pohdinta

Tässä luvussa tuon esille omaa pohdintaani tästä työstä ja tutkimuksesta. Arvioin tutkimuksen luotettavuutta sekä annan mahdollisia kehitysehdotuksia. Lopuksi pohdin omaa oppimistani ja arvioin, kuinka se sujui tämän opinnäytetyön yhteydessä.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyöni onnistui kohtuullisen hyvin. Mielenkiintoa haastatteleja kohtaan löytyi tavoitteisiin nähden tarpeeksi, eli tavoitteellinen määrä aineistoa saatiin kasaan. Tutkimus toi toimeksiantajalle tarvittavaa tietoa erityisesti terminaalien uudistustarpeisiin ja se oli ajankohtainen terminaalirakennuksen ollessa tällä hetkellä todella vanha, ja kunnostukselle on tarvetta.

6.1 Johtopäätökset

Perustuen teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltyyn laadun käsitteeseen voidaan sanoa, että Katajanokan terminaalien matkustajat ovat tämän tutkimuksen perusteella suhteellisen tyytyväisiä sen laatuun. Heidän toiveet ja tarpeet on nyt tunnistettu, ja niiden avulla Helsingin Satama Oy voi jatkaa laadun parantamista ja kohteen kehitystyötä. Tutkimuksessa ei tullut esille mitään hälyttävää asiakastyytyväisyyden osalta, joka johtaisi isompiin muutostoihin terminaalissa.

Asiakastyytyväisyyden mittaamisen kannalta voidaan todeta, että sen mittaamiselle ja määrittämiselle voisi olla tarvetta. Tähän tutkimukseen osallistuneet matkustajat antoivat mielellään oman mielipiteensä ja suurimmalla heistä oli paljon hyödyllistä tietoa matkustajan näkökulmaa ajatellen. Laatua parannettaessa asiakas on laadun loppuarvioija ja tähän tähdättäessä tällaiset tutkimukset ovat tärkeitä. Tutkimus selvitti myös tämän otoksen matkustajille mieleisimmän tavan antaa palautetta, joten tästä tutkimuksesta oli hyötyä siihenkin.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksessa tulosten luotettavuus tai pätevyys voivat vaihdella, vaikka tutkimus olisi tehty huolellisesti ja virheiden syntymistä välttämällä. Tästä johtuen jokaisen tutkimuksen kohdalla on syytä pyrkiä arvioimaan tehdyn tutkimuksen luotettavuutta. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Koska tutkimuksen menetelmänä oli laadullinen haastattelututkimus, rajautui tutkimuksen otoksen koko kovin pieneksi, eli 10-15 haastatteluun, ja lopullisesti toteutui 11 haastattelua. Voidaan siis sanoa, että näillä vastauksilla ei voida vetää johtopäätöstä siitä, että

koko matkustajajoukko olisi samaa mieltä haastateltujen matkustajien kanssa. Nämä tulokset luovat pikemminkin pohjaa, sekä myös tukea jo aiemmin saaduille palautteille. Jos tutkimuksessa olisi haluttu kohentaa sen luotettavuutta, olisi otoksen pitänyt olla suurempi.

Otokseni ei myöskään ollut kovin vaihteleva haastateltavien taustatietojen perusteella. Suurin osa vastaajista oli 40-75-vuotiaita, joten voidaan suoraa todeta, että otos ei kattanut kaikkia asiakasryhmiä. On tiedossa, että laivaliikennettä käyttävät kaikenikäiset, eivät ainoastaan varttuneemmat henkilöt. Tätä väitettä tuki myös omat havaintoni, kun lähestyin ihmisiä haastattelupyynnöin terminaalissa, ja huomasin, että myös paljon nuoria oli lähdössä laivaan. Harmikseni useat nuoremmat henkilöt kieltäytyivät haastattelusta.

Suomenkielisen tutkimuksen takia, ja sen, että en ollut valmistellut englannin kielistä haastattelurunkoa, ulkopuolelle jäivät kaikki muut kuin suomea puhuvat. Tosin ulkonäön perusteella en huomannut ketään ulkomaalaisia näillä lähdöillä, ja kaikki ketä lähestyin haastattelupyynnön kera, puhuivat suomea. Yksi vastaajista oli virolainen, joka puhui suomea, eli myös muiden kulttuurien ajatusmaailmaa tuli mukaan aineistoon. Muuten siis voidaan ajatella, että tutkimuksen aineisto ei ole luotettava sen kattavuuden kannalta matkustajien suhteen, koska suomalaiset risteilymatkustajat eivät ole ainoita.

Kokonaisuutena arvioin tutkimuksen luotettavaksi siltä osin, että oma havainnointini mukaan haastateltavan antoivan todellisia mielipiteitään. Tutkimuksen otoksen ja siitä saadun aineiston ollessa jokseenkin pieniä, voidaan sanoa, että tämä tutkimus ei ole luotettavimmasta päästä isoa kokonaiskuvaa ajatellen. Tämä tutkimus antaa kuitenkin hyvää suuntaa ja informaatiota siitä, mitä mieltä matkustajat ovat ja mihin asioihin pitää kiinnittää huomiota asiakastytyväisyyden ja laadun kohottamiseksi.

6.3 Kehitysehdotukset

Perustuen tekemääni tutkimukseen ja siitä saatuihin tuloksiin, olen sitä mieltä, että Helsingin Satama Oy voisi toteuttaa kyselystä esille nousseet kehitysehdotukset. Olen haastateltujen henkilöiden kanssa pääosin samaa mieltä, ja näillä kehityksillä terminaalien laatu ja yleinen ilme sekä toimivuus paranisivat varmasti. Vaikka terminaaliin oltiin tyytyväisiä pääosin, pienet epäkohdat nousivat esille isoina asioina tässä tutkimuksessa, ja niiden toteuttaminen olisi luultavasti järkevää Katajanokan terminaalien imagon kannalta.

Asiakastytyväisyyden ja laadun ylläpidon kannalta olisi suotavaa, että Helsingin Satama Oy keräisi matkustajilta säännöllistä palautetta, esimerkiksi Viking Linen kanssa yhteis-

työssä. Esimerkiksi jos Viking Line lähettää matkan jälkeen matkustajalle asiakastyytyväisyyskyselyn, voitaisiin siihen sisällyttää myös terminaalia koskevia asioita, joista Helsingin Satama Oy hyötyisi asiakaslähtöisen kehittämisen kannalta.

Asiakaspalautteen keräämisen kannalta olisi varmasti myös selvittää eri asiakasprofiilit tai asiakassegmentit, jotka käyttävät terminaalia. Tämänkin tutkimus olisi ollut toteutettavissa erillä tavalla ja vastaukset olisivat voineet olla erilaisia, jos asiakassegmentit olisivat olleet tiedossa, ja niitä olisi voitu hyödyntää.

6.4 Oma oppimisen arviointi

Tämän opinnäytetyön tekeminen oli haastava ja erityisesti vaikeasti aloitettava prosessi. Lähdin kuitenkin innostuneena toteuttamaan sitä, koska terminaaleihin ja laivoihin liittyvät asiat ovat tuttuja minulle kolmen vuoden ajalta ollessani erään varustamon laivalla töissä. Oli luontevaa ja mielekästä tarttua toimeksiantoon, joka todella kiinnosti, ja minulla oli myös tunne, että tiedän kyseisen toimeksiannon asioista jotakin. Ajattelin myös, että ymmärrän matkustajia hyvin työkokemukseni perusteella.

Vaikka sain toimeksiannon jo aikaisemmin syksyllä, työskentelin työn parissa kuitenkin vain reilun kuukauden ajan. En siis pysynyt alkuperäisessä, suunnitellussa aikataulussa, mutta siitäkin opin valtavasti. Aloitin työn syksyn alussa lähestymällä toimeksiantajaa toisen toimeksiannon saralta, mutta päädyimme lopuksi toiseen aiheeseen. Tämä aihe kariutui kolmansien osapuolien kieltäytymiseen, ja siihen pohjautuen muotoutui tämä, lopullinen aihe. Siitä lähtien onnistuin pitämään tavoitteistani kiinni ja pitämään aikatauluni.

Haastavimmaksi tämän työn osalta osoittautui teoreettisen viitekehyksen kokoaminen ja siihen sopivien lähteiden löytäminen. Tavoitteenani oli löytää monipuolisia lähteitä, joista voisin ammentaa kattavan tietoperustan, mutta epäonnistuin sen tavoitteen suhteen hiukan. Kuitenkin löysin hyviä kirjall lähteitä, joista löytyi relevantteja kohtia omaa työtäni ajatellen.

Tutkimuspuoli haastatteluineen osoittautui mielekkääksi tehtäväksi. Pidin todella siitä, että sain lähestyä matkustajia itse haastattelun muodossa, enkä esimerkiksi valmiiden kaavakkeiden kautta ilman kontaktia ihmisiin. Minulla ei ollut oikeastaan minkäänlaista kokemusta tutkimuksen tekemisestä, ainakaan tällä tavalla. Olen iloinen, että valitsin haastattelututkimuksen sen sijaan, että olisin perustanut tutkimuksen vain jo toteutettuihin tutkimuksiin ja kirjall lähteisiin.

Oman haasteensa työhön toi lyhyt aikaväli, jonka aikana työ lopulta toteutettiin. Huomasin siinä ajassa kuitenkin pystyväni kirjoittamaa asiatekstiä suhteellisen nopeasti ja järkevästi jäsennellysti. Tämä oli lyhyen ajan sisällä tiivis ja tehokas kurssi kirjoittamiseen ja oman oppimisen kehittämiseen, josta olen todella hyötynyt. Huomasin kehitykseni ja esimerkiksi lähdeviittausten käyttäminen muodostui sujuvaksi prosessiksi tätä työtä tehdessäni. Kokonaisuudessaan olen tyytyväinen työhön, jonka sain aikaan ottaen huomioon alun vaikeudet ja lyhyen ajan.

Lähteet

Dorđević, A., Maričić, B.R. & Veljković, S. 2012. Merenje satisfakcije potrošača (Customer satisfaction measurement). Marketing, 43, 4, s.235-244.

Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Restamark. Helsinki.

Grönroos, C. 2010. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 4. painos. WSOYpro Oy. Helsinki.

Grönroos, C. 2015. Service Management and Marketing Managing the Service Profit Logic. John Wiley & Sons Ltd. West Sussex, United Kingdom.

HappyOrNot. 2017. Tietoa meistä. Luettavissa: <https://www.happy-or-not.com/fi/tietoa-meista/>. Luettu 14.10.2017.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita. Porvoo.

Hietanen, E. 2017. Growth generates growth. Port of Helsinki Magazine, 01/2017, 3.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä : miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Talentum. Helsinki.

Malm, J. 23.10.2017. Kehittämispäällikkö. Helsingin Satama Oy. Haastattelu. Helsinki

Oliver, R. 1999. Whence Consumer Loyalty? Fundamental Issues and Directions for Marketing. The Journal of Marketing, 63, s. 33-44.

Port of Helsinki. Kotisivut. Luettavissa: <http://www.portofhelsinki.fi/>. Luettu 11.11.2017.

Port of Helsinki. 19.10.2017. Risteilymatkustajia huikea ennätysmäärä Helsingissä. Luettavissa: <http://www.portofhelsinki.fi/helsingin-satama/ajankohtaista/uutiset/risteilymatkustajia-huikea-ennatysmaara-helsingissa>. Luettu 11.11.2017.

Ranne, J. 2014. Anna vaikuttaa! Tee palautteesta vaikuttava! Hakapaino. Helsinki.

Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Salminen, S. 4.2.2014. Mitä laatu on? Aalto leaders Insight – blogi. Luettavissa: <http://www.aaltopro.fi/blog/mita-laatu-osaammeko-maaritella-sen?>. Luettu 25.10.2017

Suomen Standardisoimisliitto SFS Ry. ISO 9000 laadunhallinta. Luettavissa: <https://www.sfs.fi/iso9000>. Luettu 1.1.2017.

Liitteet

Liite 1. Haastattelupohja

Haastateltavan taustatiedot

Sukupuoli:

Ikä:

Kotipaikkakunta/-maa:

Miten saavuit terminaaliin?

Kuinka monta kertaa vuodessa matkustaa terminaalin kautta?

Käytetty keskimääräinen aika Katajanokan terminaalissa:

Matkustatko Tukholmaan vai Tallinnaan?

Kenen kanssa matkustat (perhe, kaveriporukka, työporukka, yksin)?

Haastattelukysymykset

1. Mitä mieltä olet terminaalin opasteista (screenit, yleisopasteet)?
 - 1.1 Mitä asioita muuttaisin liittyen edelliseen?
2. Mitä mieltä olet terminaalin palveluista (kioski, rahannostoautomaatit, matkatavarasäilytys ja kahvila- ja ravintolapalvelut ym.) Katajanokan terminaalissa?
 - 2.1 Mitä asioita muuttaisin liittyen edelliseen?
3. Mitä mieltä olet terminaalin yleisilmeestä ja yleisestä toimivuudesta?
 - 3.1 Mitä asioita muuttaisin liittyen edelliseen?
4. Minkälainen on mielestäsi toimiva matkustajaterminaali?
5. Minkälaisia asioita/palveluita kaipaisit Katajanokan terminaaliin ja miksi?
6. Mikä olisi sinulle mieluisin palautteenjättötapa terminaaliin liittyvissä asioissa?

Kiitos ajastanne! Haastattelun vastauksia tullaan käyttämään nimettömästi Helsingin Sata-
man Katajanokan terminaalin kehittämiseen.

